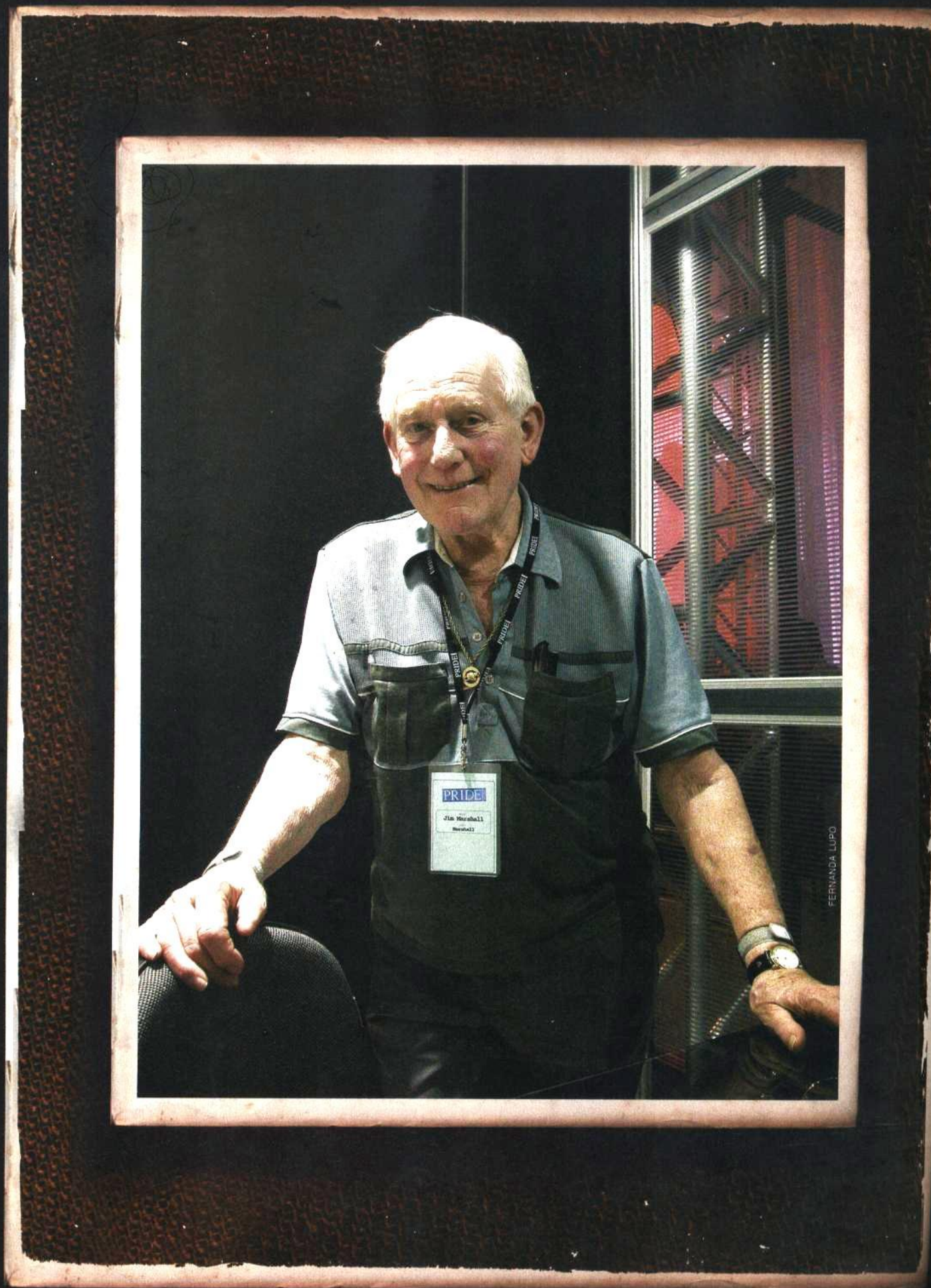

PRIDE
Jim Marshall
Marshall
PRIDE
PRIDE
PRIDE
PRIDE
FERNANDA LUPO

Marshall

O CAÇADOR DOS TIMBRES DISTORCIDOS

Entre os músicos que transitavam pelos corredores da Expomusic 2005, estava a figura que trouxe luz e som ao *rock and roll*. JIM MARSHALL relembrou seus primeiros passos e lançou seu olhar sobre o futuro da empresa em entrevista exclusiva

Texto Alex Vestri

A fumaça subia do charuto Montecristo Habana de Jim Marshall, que estava sentado a uma mesa de vidro com um copo de uísque pela metade à sua frente. Há 68 anos no *show business*, ele ainda demonstra vigor e entusiasmo ao falar de seus empreendimentos, como se tivesse acabado de ver Pete Townshend testar o primeiro amplificador de sua marca em sua pequena loja de instrumentos em Londres. Apoiou o charuto no cinzeiro, cruzou as mãos sob o queixo e começou a narrar sua trajetória no mundo da música, com a voz quase inaudível, misturada ao som externo que atravessava as paredes finas.

Com 13 anos, Jim Marshall enchia garrafas de leite em seu primeiro trabalho. Um ano depois, foi empregado em uma fábrica de geléia. Vivia do que ganhava com seus empregos diurnos. "Como nessa época eu já lidava com música, poupava cada centavo que ganhava com ela. Só mergulhei no universo das guitarras depois de muitos anos, quando era baterista em *pubs* e clubes do Reino Unido", diz o simpático senhor à minha frente.

Uma noite, o dono de um clube onde Marshall acabara de se apresentar anunciou, sem consultar ninguém da banda, que na semana seguinte eles tocariam uma canção do disco *Skin Deep*, do lendário baterista Louis Bellson, famoso nos anos 50 por utilizar bumbo duplo e "esticar" seus solos, que chegavam a durar 15 minutos. Sem ter como negar a fazê-lo, Marshall foi atrás do disco para ver do que se tratava. "A primeira audição causou-me certo espanto, já que não estava acostumado a solos longos e menos ainda com a sonoridade do bumbo duplo. Cheguei a pensar que se tratava de dois bateristas tocando ao mesmo tempo (*risos*)". No dia da apresentação, a banda compareceu ao local 45 minutos mais cedo e passaram a música três vezes. Conformado, Marshall disse a seus companheiros que tentaria fazer o melhor que pudesse. A apresentação foi um sucesso, e o então baterista passou a ser procurado por jovens interessados em aprender a tocar como ele.

Seu sucesso o levou a abrir uma escola de música e uma loja de instrumentos. Entre os alunos que passaram pela escola de Marshall estava Mitch Mitchell, que

mais tarde seria integrante do grupo de Jimi Hendrix, o Experience. Quando a turnê do guitarrista americano o levou à Inglaterra e ele teve de montar uma nova banda com instrumentistas britânicos - o país barrou os músicos que o acompanhavam nos Estados Unidos -, o discípulo de Marshall ficou com as baquetas. Desse episódio, nasceria uma nova parceria.

O INÍCIO DA MÍTICA MARCA

O primeiro amplificador de *rock and roll* tinha um componente essencial: as válvulas LT-34, cujo *drive* conferia peso às guitarras. Mas não foi Marshall quem percebeu que os amplificadores da época produziam um som "frio" para o gênero que vinha emergindo. Pete Townshend era filho de um parceiro de banda de Marshall, e, junto com Ritchie Blackmore e Big Jim Sullivan (*guitarrista da banda que acompanhava Eddie Cochran nas turnês inglesas e um dos primeiros professores do próprio Blackmore*), entrou em contato com ele em 1962, e pediu para que ele produzisse um amplificador com as características que procuravam para o nascente *rock and roll*. Na época, os produtos eram todos voltados para orquestras e grupos de *jazz*, e não havia condições materiais para os amantes do *rock* aumentarem a potência de suas idéias. Os três guitarristas, por exemplo, se viravam na medida do possível com amplis Fender Bassman. "O problema principal para eles era que o som que tiravam era 'morto', sem distorção".

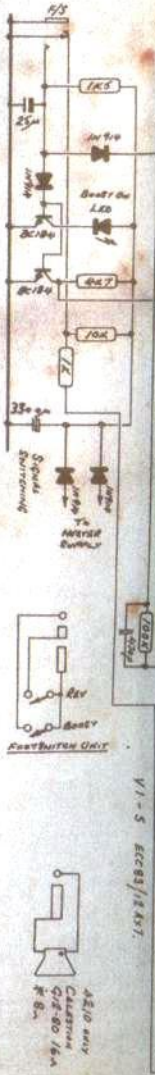
Marshall entendeu o que os jovens músicos queriam dizer e prometeu-lhes uma solução. "Durante a Segunda Guerra Mundial, trabalhei no setor de engenharia do exército, onde aprendi que as válvulas LT-34, usadas nos aviões, produziam um som com mais 'chiado', ao passo que transistores geravam um som limpo". Este foi o ponto de partida. Escalou para a empreitada seu assistente técnico, Ken Bran, além de Dudley Craven, um jovem que vinha ganhando boa reputação como aprendiz na EMI, e quem desenhou o amplificador como o conhecemos hoje. "Foi incrível ver como um garoto de apenas 18 anos podia ser brilhante. Ele e Ken Bran fizeram toda a parte eletrônica e eu fiz as caixas".

REPRODUÇÃO

Um dos primeiros modelos da marca

Duas semanas depois, eles terminaram de construir aquele que seria o primeiro amplificador de *rock and roll*, sempre acompanhados por Townshend, Blackmore e Sullivan. A primeira edição trouxe à loja seis protótipos, batizados como JTM 45, em setembro de 1963. Os cinco primeiros logo foram descartados, pois o som não era satisfatório. Townshend veio ao local para testar o sexto. "Na hora que o vi tocando, percebi que aquele era o som definitivo dos amplificadores que construíríamos dali em diante". O amplificador tinha 45 *watts* de potência, mas produzia 69 *watts* reais, e como os alto-falantes da época só agüentavam 25 *watts*, foi preciso construir uma caixa com quatro deles.

No primeiro dia em que foram colocados à venda na pequena loja, 23 compradores adquiriram o que hoje são relíquias indiscutíveis. Segundo o próprio Marshall, atualmente são produzidos onze mil amplificadores por semana, no mesmo local onde tudo nasceu. "Outras marcas constroem amplificadores, inclusive os *top* de linha, em países onde a mão-de-obra é mais barata", crava o empresário. "Nós montamos amplificadores transistorizados na Índia, Coréia e China porque não podemos competir com aqueles produzidos nesses países por outras empresas, mas nossos principais produtos ainda são montados na Inglaterra".



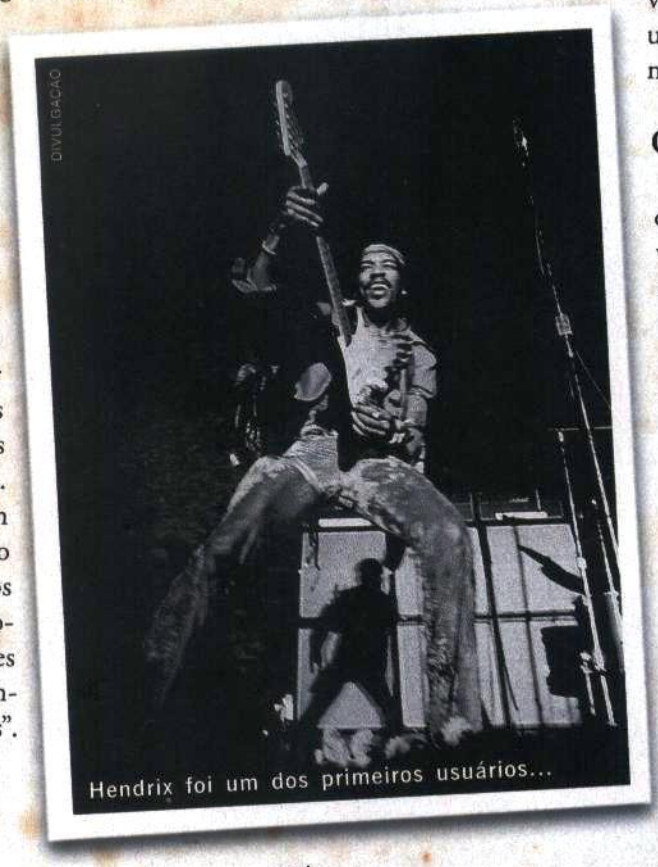
Marshall nunca patrocinou músico algum, e não por falta de oportunidade, já que sempre foram muitos os que procuravam seus equipamentos dentro da linha comercializada pela marca. Ele lembra que os músicos costumavam aparecer na loja todo sábado, antes de seus *shows*. Eric Clapton era um desses

freqüentadores, e chegou a interferir nas vendas, pois dificultava a comunicação entre os vendedores e os clientes dentro do lugar. "Fiquei muito feliz quando ele tornou-se um músico famoso e parou de freqüentar minha loja (*risos*)", conta o inglês. O fato de não dar nenhum de seus produtos em troca da veiculação de sua imagem está ligado à outra questão: Jim Marshall acredita que, fazendo isso, prejudica os músicos mais novos. "Se fornecêssemos patrocínio, teríamos que elevar os preços dos amplificadores para compensar aqueles dos quais estaríamos nos 'livrando'", explica. "Ou seja, quem acabaria pagando seriam os músicos que estivessem começando, e eles precisam de incentivo, não de castigos".

A VERDADEIRA HISTÓRIA SOBRE HENDRIX

Jimi Hendrix usava um sistema de amplificação baseada em um combo Fender. No último *show* de sua turnê pela Inglaterra em 67, no Rony Scott's Jazz Club, a banda de abertura montou uma fileira dos amplificadores criados por Marshall no palco. Ao ver o cenário tomado pelas caixas, o guitarrista comentou com Mitchell que não podia usar um amplificador minúsculo perto daqueles. Como aquela era a última apresentação, Hendrix ligou sua guitarra naqueles amplificadores. Depois do *show*, quis conhecer o homem que tinha o nome gravado naquele equipamento.

Marshall pensou que ele era apenas mais um americano querendo algo por nada quando quis usar seus amplificadores. Antes mesmo que eu pudesse tomar fôlego para responder a Hendrix que não patrocinava ninguém, este lhe disse que não queria nada de graça, e estava disposto a pagar por tudo. Pediu apenas para que um técnico o acompanhasse, para não ficar na mão se houvesse algum problema com os equipamentos. Marshall topou a proposta, mas não teve sequer que escalar algum de seus empregados para viajar com seu novo "cliente", pois o próprio *roadie* de Hendrix passou dez semanas na fábrica de amplificadores aprendendo a promover reparos que porventura fossem necessários. "Jimi encomendou quatro *sets* de palco e os mantinha espalhados pela Europa e Estados Unidos, só para não ter que transportá-los por longas distâncias. Minha equipe nunca precisou viajar ao encontro dele para resolver um problema sequer com os nossos aparelhos".



Hendrix foi um dos primeiros usuários...

O SEGREDO DO SOM

O genial criador diz que todos os grandes guitarristas ainda o visitam na fábrica, mas que nenhum deles sugeriu algo que pudesse levar a modificações nos equipamentos. "Minha equipe de pesquisa e desenvolvimento é muito boa, e todos seus integrantes são músicos, de modo que eles sabem exatamente do que os guitarristas precisam. Eles estão o tempo todo procurando algo que agrade a eles próprios (*risos*)", conta o pai dos valvulados. "Não temos que ficar chamando pessoas de fora, mas ficamos muito felizes em poder mostrar as coisas que criamos para os músicos. Há um mini-teatro dentro da própria fábrica, onde tudo o que fazemos é demonstrado".

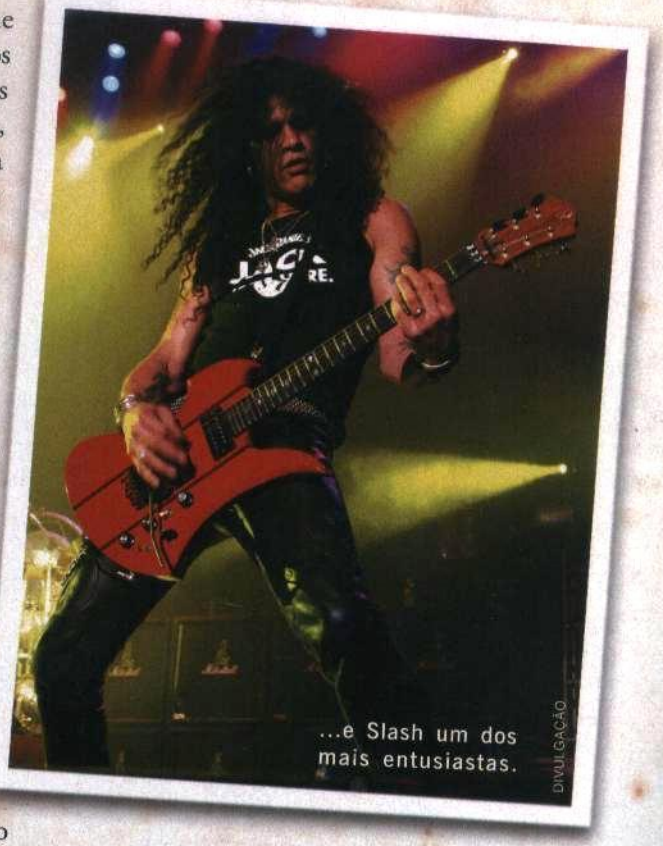
Slash foi o primeiro guitarrista a ter seu nome gravado na história da Marshall com um modelo *signature*, mas Jim diz que ele não teve nada a ver com o *design* ou qualquer outra coisa referente ao equipamento. O empresário do Guns n' Roses telefonou para Marshall e perguntou se era possível reproduzir os amplificadores Silver Jubilee 2555 que o guitarrista usava exatamente como

ARGENTUM
Audio Cables
Cabos para Microfone, Guitarra e Baixo.
Cabos de Força para Conexão de Equipamentos Musicais.
Made in Brazil

Endorses:
Marcio Sanches
(Banda Queen Cover)
Amauri Catai (Banda Zaba)
Fone: (11) 293-6311
vendas@argentum.com.br
R. Antonio Camardo, 147
CEP 03309-060

eles eram, pois o cabeludo temia que seu equipamento fosse danificado durante as turnês. "Quando Slash veio até a fábrica eu lhe disse que para construir os 12 amplificadores que ele precisava, com caixas e tudo, teríamos que procurar por todos os mesmos componentes ao redor do mundo, algo que nos custaria muito dinheiro, que não poderia gastar tanto apenas para construir doze amplificadores para ele. Sugeri que fosse feita uma edição limitada de três mil amplificadores, que traria a assinatura dele ao lado da minha", conta. Mesmo assim, Marshall não lhe ofereceu nenhum tratamento especial, ou seja, ele teve que pagar o mesmo que qualquer um pagaria no mercado mundial. "Acabei dando 10% de desconto, como fazíamos para todos os grupos, já que eles compravam bastante. Nada além disso".

Ao ser perguntado da possibilidade de combinar elementos artísticos com necessidades comerciais, mas sem perder a competitividade - equipamentos digitais, por exemplo, fazem parte de uma nova concepção, pois com menos custos são produzidos produtos que agregam diversos tipos de som por meio da tecnologia digital, o que aumenta os lucros -, Marshall é direto e franco. "Sempre fizemos isso. Não podemos ir muito além do que produzir os melhores amplificadores do mundo para profissionais e jovens iniciantes (*risos*). Aparelhos digitais são para músicos que tocam em seus quartos, que acham que podem possuir todos os tipos de sons e modulações, mas não podem."



...e Slash um dos mais entusiastas.

DIVULGAÇÃO

Apesar da sua empresa ter demonstrarmos interesse nessa área nos últimos dois anos, para Marshall até agora não valeu a pena lançar uma nova linha, pois não acha que é possível se superarem nas vendas. "Nos próximos dois anos, tentaremos produzir algo com tecnologia digital, mas não pretendemos criar um produto visando apenas os músicos amadores, mas sim aqueles que já estão em um estágio semiprofissional", avisa. "Também devemos lançar uma linha completa de amplificadores para contrabaixos no ano que vem, além de duas novas linhas para guitarra, com novas válvulas. Mas isso por enquanto é segredo (*risos*)".